Manuel des normes d'identite mondiale



Table des matières

Table des matières

Principe de transactions de l'Église adventiste du 7ème jour

(extrait de la Politique de Travail de la Conférence Générale 1995-1996)

B 80 05 Énoncé de principe — L'Église adventiste du 7ème jour a un intérêt historique, évangélique, et de propriété en matière de transactions, de marques de service, et de marques déposées (globalement dénommé ici "transactions"), mis au point par l'Église et les organisations qui lui sont rattachées. Cette politique s'applique à la Conférence Générale des églises adventistes du 7ème jour, aux divisions et départements mondiaux de la Conférence Générale des églises adventistes du 7ème jour, ainsi qu' aux autres services, organisations et sociétés admis dans l'Annuaire de l'Église adventiste du 7ème jour comme entités liées à la Conférence Générale (dénommés ici sous le terme global de "Conférence Générale"). Le principe s'applique également aux autres entités et organisations qui utilisent les marques déposées appartenant à la Conférence Générale, ou sous le contrôle de celle-ci. Il appartient à la Conférence Générale d'appliquer une politique qui lui octroie le maximun de protection légale aux vues des lois en vigueur, en accord avec les procédures et directives ci-après.

B 80 10 Propriété — Tous droits légaux concernant toute marque déposée utilisée par la Conférence Générale, comme il a été défini, doivent faire l'objet, quant à leur emploi par une entité qui s'y rattache, ou par une filiale, d'une autorisation de la Société de la Conférence Générale, et sont en permanence sujets à l'approbation et à la révision de ladite Société.

B 80 15 Enregistrement et frais — L'enregistrement des marques déposées s'obtient auprès du Conseil Général du Bureau de la Conférence Générale faisant suite à une action habilitante de la Société de la Conférence Générale. Les frais légaux et les autres dépenses impondérables à l'instauration d'une protection maximale de la marque déposée seront payés en totalité par tout département de la Conférence Générale, filiale, ou organisation affiliée qui a pris l'initiative du processus, ou qui a utilisé la marque déposée, étant entendu que la propriété revient de droit, et en permanence, à la Société de la Conférence Générale.

B 80 20 Utilisation usurpatoire — La responsabilité incombe au Bureau du Conseil Général de surveiller et de déceler toute utilisation usurpatoire de la marque déposée, y compris les recommandations de la Société de la Conférence Générale, en regard d'une quelconque action à prendre, légale ou autre, en vue de protéger les intérêts et droits de propriété de l'Église, ainsi que son renom. L'approbation du Comité Administratif de la Conférence Générale doit être obtenue avant la mise en marche d'une éventuelle action légale.


Introduction

Communiqué du Directeur de Communication

Janvier, 1997

Cher collègue en Christ,

Dans un sens, il s'agit ici, pour nous, d'un nouveau commencement — une nouvelle initiative de communication et une nouvelle vision de notre identité comme église adventiste du 7ème jour. J'ai donc le plaisir de vous présenter le manuel ofiiciel des normes graphiques concernant le nouveau logo de notre église. Nous, en tant qu'adventistes, devons être connus pour la cause que nous défendons et la façon dont nous identifions notre foi et notre mission. Le logo est un symbole et un message. Nous voudrions être perçus comme une église chrétienne, dont le nom est clairement énoncé. Ces symboles en disent long.

Ce manuel est accompagné d'un paquet de matériels, dont une vidéo de présentation, un CD-ROM et des disquettes d'ordinateur. Ces matériels devraient fournir toutes les informations requises concernant les nombreuses et différentes manières d'utiliser notre nouveau logo. Mais votre reception de ces matériels implique également que tous les matériels de logo antérieurs, éventuellement en votre possession, tel que le manuel des normes graphiques interim, sont maintenant caducs. Ce paquet de matériels, pour ainsi dire, a le premier et le dernier mot concernant le nouveau logo et son utilisation multiple dans l'Église.

Il est très important de noter que si vous avez reçu le présent paquet, alors, vous-même et l'organisation pour laquelle vous travaillez êtes considérés comme des entités officielles rattachées à l'Église adventiste du 7ème jour, et avez l'autorisation d'utiliser le logo conformément à ses normes graphiques. Ce paquet d'informations ne doit pas faire l'objet de vente ou de don à une autre personne ou organisation non considérée comme entité officielle de l'église. Les entités non affiliées à l'église, lesquelles souhaitent utiliser le nouveau logo, doivent être pourvues d'une licence délivrée par la Conférence Générale. Pour plus de détails sur les licences et les marques déposées de l'Église adventiste du 7ème jour, je vous renvoie aux pages 75-78 du Manuel de travail de la Conférence Générale. Pour votre commodité, une partie importante de ce manuel de travail a été reproduite dans ce paquet.

La présente identité corporative de l'Église adventiste du 7ème jour réflète notre conviction profonde et indéfectible selon laquelle Jésus Christ est le centre de notre vie et de notre foi. Ma prière est que la présente représentation graphique de ce que nous sommes soit utilisée partout dans le monde comme symbole familier de notre Église et de ses valeurs.

Bien à vous pour la communication de l'espoir,

Rajmund Dabrowski
Directeur du Département de la Communication, Conférence Générale

Mode d'emploi

Le but ultime du présent manuel est de s'assurer que l'Église soit identifiée de façon consistante et claire, et de manière à communiquer positivement notre mission et notre esprit dans les années à venir.

Nous sommes constamment bombardés par une avalanche d'images criardes qui cherchent à accrocher notre attention. En tant qu'église, c'est pour nous un défi sans cesse croissant que d'établir la distinction entre notre message et celui de la foule. La solution ne consiste pas à crier plus fort que les autres, mais d'assurer une communication efficace au moyen d'une "voix" forte et unifiée. Quand toutes les entités de notre famille diversifiée présentent la même identité visuelle, notre "voix" unifiée aura beaucoup plus de visibilité et d'impact, et sera plus vite reconnue. Il en résulte que notre message sera beaucoup plus efficace.

Cependant, il ne suffit pas simplement d'avoir un logo. Une application faite au petit bonheur et des interprétations variées du motif peuvent causer de la confusion et engendrer plus de mal que de bien.. Pour être efficace, le logo doit être utilisé avec consistance dans les limites des critètres fournis dans le présent manuel. Ces critères ont été soigneusement conçus pour donner un système d'identification visuel strictement contrôlé pour en assurer la continuité, tout en laissant une marge de flexibilité et de créativité pour les situations particulières.

Le présent manuel devrait être utilisé comme référence concernant le motif chaque fois que le logo est employé, que ce soit sur le papier ou dans le World Wide Web. Quand les lignes directives sont soigneusement suivies, vos communications auront l'avantage d'être reconnues comme faisant partie de la famille mondiale de l'Église et aideront aussi à intensifier la force et l'intégrité du système d'identité.

Dans le présent manuel, on verra des directives très spécifiques concernant les applications communes à faire, sur papier par exemple. Cependant, on rencontrera beaucoup de situations non spécifiquement mentionnées ici. Les indications de couleur, de typographie, de dimension et espacement relatifs données ici devraient servir de guide dans des cas pareils. Pour les circonstances spéciales qui nécessitent une divergence par rapport aux directives données, il serait de bon ton que vous consultiez le personnel du Département de la Communication de la Conférence Générale. Naturellement, suivant le principe directeur, toute application devrait viser à projeter une image chrétienne positive et à éviter tout traitement passible d'affaiblir ou de déformer la force visuelle de cette identité.

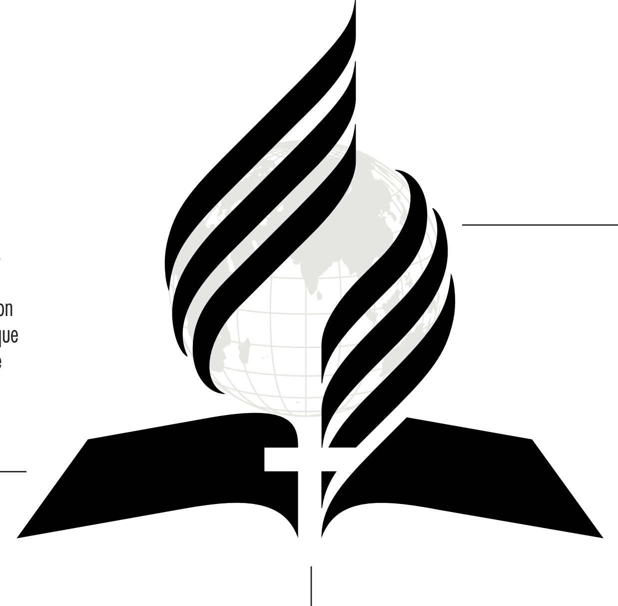
Mais si le manuel s'efforce de simplifier le processus d'utilisation du programme d'identité, il ne doit cependant pas être considéré comme un substitut à une assistance professionnelle compétente. Il est très important de travailler étroitement avec les concepteurs, les consultants, les agences, les imprimeurs, et les peintres d'enseignes, et de leur permettre un accès facile aux informations contenues dans ce manuel.

Tout compte fait, la valeur de notre identité dépend entièrement de la façon dont nous l'utilisons sous ses formes multiples. Sa valeur augmente dans la mesure où elle est associée à des expériences positives, et une reconnaissance grandissante lui fera acquérir de l'équité.

Bryan Gray, concepteur
bryan@gray1.com

Les lignes qui se trouvent à la partie supérieure du motif représentent un mouvement dynamique continuellement ascendant symbolisant la résurrection et l'ascenscion au retour du Christ, qui est l'ultime point de mire de notre foi.

La Bible ouverte
La Bible forme la base du motif et exprime ainsi le fondement biblique de nos convictions. Elle est représentée dans sa position grand ouverte, ce qui indique notre totale acceptation de la parole de Dieu.



La flamme
Cette forme est composée de trois lignes cernant une sphère imaginaire. Ces lignes représentent à la fois les trois anges de l'Apocalypse 14 encerclant le globe et notre mission consistant à prêcher l'évangile dans le monde entier. La forme totale est une flamme, qui est le symbole du Saint Esprit.

La croix
Le symbole de la croix, représentant l'évangile du salut, est positionné au centre du motif pour mettre l'accent sur le sacrifice de Christ, le thème central de notre foi.

Il est également significatif que la Bible — représentant la loi, et la flamme — représentant le Saint Esprit, se rencontrent à la croix.

Explication du symbole

Le symbole graphique est la partie la plus évidente de la signature, et la plus facile à identifier. Par un usage consistant, le symbole devient lui-même un synonyme de "adventiste du 7ème jour."

Il est conçu pour être beaucoup plus qu'une collection de références symboliques. Le motif, pris dans son ensemble, vise à refléter l'esprit et le caractère de notre église dynamique et grandissante. Cependant, les éléments particuliers qui composent l'ensemble du motif ont été soigneusement sélectionnés pour représenter les convictions et la mission de l'église.

La signature se compose de deux parties: le logotype, formé par les mots “Église adventiste du 7ème jour,” et le symbole graphique.

Les directives ci-après décrivent les différentes manières dont la signature devrait, ou ne devrait pas, être utilisée. Il est très important que ces directives soient soigneusement appliquées pour assurer la continuité de la signature toutes les fois qu’on l’utilise.



Voici la configuration préférée de la signature, lorsqu'elle apparaît en trois lignes:



Voici la configuration préférée de la signature, lorsqu'elle apparaît en deux lignes:



La configuration préférée en une ligne est la suivante:

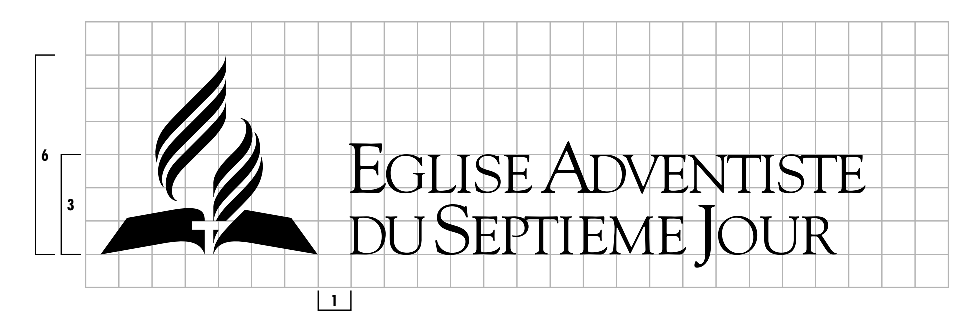


Les configurations préférées

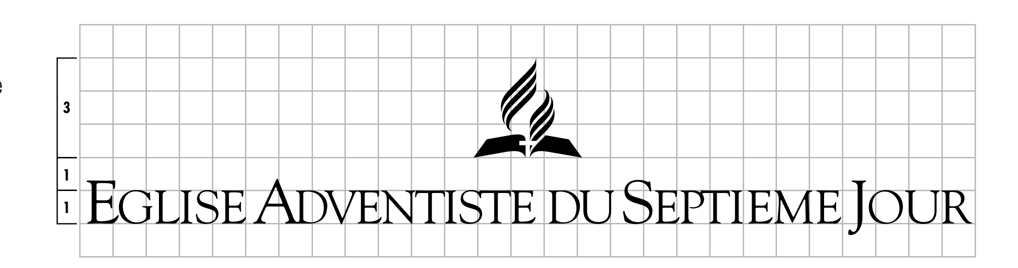
Il y a trois configurations préférées sous lesquelles la signature peut apparaître avec le logotype: en une, deux ou trois lignes. Une de ces trois versions devrait être utilisée toutes les fois que possible.

L'art de reproduction fourni avec le manuel doit être appliqué pour assurer l'espacement et les proportions corrects. S'il n'est pas possible d'obtenir le dessin modèle, ou si l'application n'est pas pratique, le système de grille peut être utilisé pour guider l'emplacement des éléments du logo.

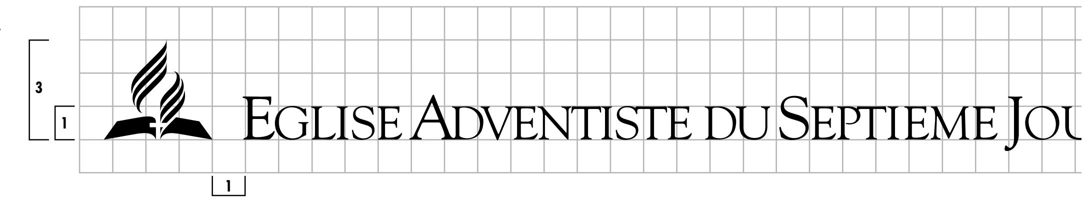
Voici la configuration alternative de la signature en deux lignes et justifiée à gauche:



La suivante est la configuration alternative en une ligne, centrée, et qui donne plus de proéminence au nom.



Voici une configuration alternative, toute horizontale, destinée aux applications comportant peu d'espace vertical.



Les configurations alternatives

Ces trois configurations alternatives peuvent être utilisées pour des applications où les contraintes d'espace, ou autres considérations, empêchent l'usage des configurations préférées.

Dans les situations exceptionnelles, il se peut qu'il soit nécessaire de consulter le personnel du Département de la Communication de la Conférence Générale.

Un espace libre au moins équivalent à la hauteur du “S” de “Septième” devrait être aménagé tout autour du logo.

Aucun élément graphique ou textuel, autre que l'identificateur d'appartenance, ne doit figurer dans cet endroit.



Espace libre

Pour s'assurer que la signature maintienne sa lisibilité et son intégrité dans chaque cadre où elle se trouve, elle doit être entourée d'un espace qui ne contiendra pas de texte, ni d'éléments graphiques gênants.

L'oeil de caractère choisi pour les identificateurs d'appartenance familiale est le *Futura Condensed Bold* ou *Bold Oblique*.

La taille des caractères doit être toujours plus petite que celle du logotype principal.

En règle générale, quand elle est utilisée avec une configuration centrée, l'identificateur d'appartenance doit être centré sous le logotype. On peut tracer une ligne horizontale très fine pour les séparer.



N.B.
Des directives plus spécifiques concernant les applications sur papier sont visibles en pages 3.2-3.5.

Quand une justification à gauche est utilisée pour le logotype, l'identificateur de famille doit être aligné avec le côté gauche du logotype.



Identificateurs d'appartenance familiale

Dans beaucoup de cas, le nom de l'organiation, la division par exemple, devra être rattaché à la signature principale.

Il est très important que l'identificateur d'appartenance soit positionné de telle manière qu'il agrémente la signature, au lieu de gêner, ou bien, de gâcher le symbole ou le logotype.

Le logotype
Le logotype officiel est le Goudy Oldstyle, en majuscules, les lettres initiales étant plus grandes que les autres de 30% environ.

Les espaces entre les lettres (espacement) et entre les lignes doivent toujours se conformer aux exemples donnés en pages 1.2 et 1.3.

EGLISE ADVENTISTE
DU SEPTIEME JOUR

Les identificateurs d'appartenance
Le Futura Condensed Bold ou Bold Oblique devrait être utilisé pour les identificateurs de famille, comme le nom d'une division..

Un petit rajout d'espacement entre les lettres, comme le montre l'exemple, améliorera la lisibilité.

Conférence Générale

Nom d'un département
Pour le nom de département, il faudrait utiliser le Futura Condensed Bold majuscule et minuscule

Un petit rajout d'espacement entre les lettres, comme le montre l'exemple, améliorera la lisibilité.

Département de la Communication

Nom d'un département
Pour le nom de département, il faudrait utiliser le Futura Condensed Bold majuscule et minuscule

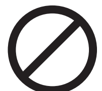
Un petit rajout d'espacement entre les lettres, comme le montre l'exemple, améliorera la lisibilité.

12501 Old Columbia Pike, Silver Spring, Maryland 20904-6600

N.B.
Des directives typographiques plus détaillées concernant les applications sur papier sont données en pages 3.2-3.5.

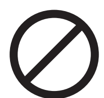
La typographie

La typographie joue un rôle important pour établir et maintenir une image forte et consistante. La typographie comporte non seulement la fonte, mais aussi la grosseur relative, la pression et l'espacement des lettres.



N'ajoutez aucun élément graphique ni au symbole ni au logotype à l'intérieur de la surface immédiate d'isolation. (voir page 2.6)





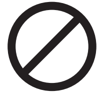
N'utilisez jamais un fond dont la structure peut gêner la lisibilité.





Ne jamais substituer au logotype officiel un oeil de caractère ou style différent.





Ne jamais substituer au nom complet des initiales ou autres titres.



Mauvais usage

Afin de maintenir l'intégrité de la signature, il est important d'éviter tout usage tendant à affaiblir ou à déformer la force visuelle de celle-ci.

Les exemples ci-dessus montrent les mauvaises applications habituellement commises dans l'emploi de notre identité. Elles doivent être évitées en tout temps.

Ci-contre: un exemple d'usage décoratif du symbole.



Exceptions aux règles

Une certaine latitude créative est permise pour les applications décoratives du symbole, telle la structure du fond, pourvu que les conditions suivantes soient respectées:

- L'application décorative doit toujours apparaître conjointement avec la configuration standard de la signature telle qu'elle a été prescrite dans le présent manuel.
- La forme de base du symbole ne doit être ni modifiée, ni déformée.
- On ne doit, ni ajouter, ni enlever quoi que ce soit aux éléments du symbole.
- Le symbole ne doit, en aucun cas, faire l'objet d'une modification qui puisse changer le symbolisme du motif.

Le Coulers

Les couleurs font partie intégrante du programme d'identité adventiste. Puisque l'usage consistant et précis des couleurs augmente l'identification du logo, il est très important de suivre soigneusement les indications de couleurs spécifiées dans le chapitre qui suit.

Les spécimens de couleurs sont indiqués à la fin de ce manuel. Toutes les reproductions de la signature doivent s'avoisiner le plus possible de ces spécimens de couleurs.

A la place des couleurs de la Conférence Générale ci-indiquées, il vous est possible d'utiliser les couleurs PANTONE® ou les couleurs de quadrichromie (cyan, magenta, jaune, noir) sous-référenciées, à indiquer à votre imprimeur ou aux autres fournisseurs. Pour les Couleurs Standards Unies PANTONE, référez-vous à la dernière édition de Guide et Formule des Couleurs PANTONE.

Pour le DORÉ CG
utilisez le PMS No 1245
ou
0% cyan
27% magenta
100% jaune
18% noir

Pour le VERT CG
sur papier peint
utilisez le PMS No 5477
ou
60% cyan
0% magenta
30% jaune
72% noir

sur papier non peint
utilisez le PMS No 5535
ou
87% cyan
0% magenta
72% jaune
79% noir

Pour le GRIS CG
utilisez PMS No 402
ou
0% cyan
6% magenta
15% jaune
34% noir

*La couleur DORÉ CG peut être, selon le goût, remplacée par une autre couleur métallique dorée du même ton.



Les couleurs officielles

Cette version à trois couleurs (VERT CG pour la Bible, DORÉ CG pour la flamme, et GRIS CG pour le logotype) est le modèle officiel concernant les couleurs.

Ces couleurs doivent être reproduites aussi fidèlement que possible, indépendamment des matières ou du milieu sur lesquels la signature est reproduite. Pour les tirages d'imprimés, travaillez toujours en étroite collaboration avec votre imprimeur afin d'obtenir le meilleur assortissement de couleurs pour le type de papier et pour le procédé d'impression utilisés.

Variantes acceptables
Pour les cas où il s'avère nécessaire de s'écarter du modèle préféré pour la combinaison des couleurs, les variantes suivantes peuvent être acceptées:

version à 2 tons plus noir
Si c'est nécessaire, il est tout à fait acceptable d'employer un noir uni à la place du GRIS CG du logotype.

à deux tons
Quand on ne dispose que de deux couleurs, le symbole tout entier devrait être d'un VERT CG et le logotype d'un GRIS CG ou d'un noir uni.

Si une application est limitée au noir et à une deuxième couleur autre que le VERT CG officiel, la signature tout entière doit être en noir uni. Gardez-vous de ne peindre aucune partie de la signature en couleurs tamisées (non unies).

à 1 ton
Le VERT CG, le GRIS CG, le DORÉ CG ou le noir uni peuvent tous être utilisés pour la signature entière si c'est nécessaire.

Quand une couleur autre que celles qui sont approuvées est la seule couleur disponible, la couleur unie peut être utilisée pour tout le symbole et le logotype.

Gardez-vous de ne peindre aucune partie de la signature en couleurs non unies.



Symbole: DORÉ CG/VERT CG **Logotype:** noir uni



Symbole: VERT CG **Logotype:** GRIS CG



Symbole: VERT CG **Logotype:** noir uni



Symbole et Logotype: VERT CG



Symbole et Logotype: DORÉ CG



Symbole et Logotype: GRIS CG



Symbole et Logotype: noir uni

Les couleurs alternatives

Ces combinaisons alternatives de couleurs sont données pour accommoder les applications comportant des ressources limitées ou pour des contraintes de motif. Elles ne seront utilisées que très rarement.

Les autres matériaux

Il est permis de reproduire le symbole dans les couleurs naturelles des matériaux tels que le bronze, la pierre, le verre, ou le bois, pour les enseignes ou les applications décoratives.

Le VERT CG peut être utilisé comme fond, la signature étant en blanc ou DORÉ CG.





Le noir uni peut aussi être utilisé comme fond, la signature étant en blanc ou DORÉ CG.





Le GRIS CG ou les autres nuances neutres peut/peuvent être utilisé(es) comme fond, avec la signature en blanc ou en noir. Cependant, il faut faire très attention, pour qu'un contraste suffisant entre la signature et le fond soit assuré, afin de permettre une bonne lisibilité.

Le DORÉ CG doit être évité pour les fonds au ton intermédiaire, tel que le gris, parce que le contraste en sera très faible.





Les fonds

Le meilleur fond qui sied à la signature est le blanc, ou bien une nuance neutre très claire. **Ne jamais appliquer la version toutes couleurs de la signature sur fond coloré**. Quand un fond en couleur ne peut être évité — telles les couleurs pastel clair de certains formulaires de bureau — la signature doit être en noir uni.

Les fonds présentés ci-après peuvent être utilisés pour une signature blanche, noire ou dorée CG, pourvu que le fond donne un contraste assez net pour assurer une bonne visibilité.

Le papier

Le papier à utiliser est au centre du programme d'identité, et joue un rôle important dans la projection d'une image positive de l'église. La clarté et la force de ladite image dépend de l'application soigneuse et consistante des directives qui suivent.

Description des en-têtes

Symbole
Couleur: Flamme=DORÉE CG, Bible=VERT CG
Grandeur: Hauteur totale=2.1 cm

Logotype
Grandeur: Hauteur totale=1.5 cm

Identificateur d'appartenance familiale
Oeil de caractère: *Futura Condensed Bold Oblique*
Grandeur: 8 points

Département
Couleur: GRIS CG
Oeil de caractère: *Futura Condensed Bold*
Grandeur: 8 points

Les adresses
Couleur: GRIS CG
Oeil de caractère: *Futura Condensed Light*
Grandeur: 8 points

La règle verticale
Couleur: GRIS CG
Pression: 0.5 point

Les mesures suivantes indiquées sont à utiliser pour positionner les éléments en rapport avec les coins gauche et droit au haut de la page, pour les en-têtes de toutes les dimensions.

3.5 cm
3.5 cm
1
5 cm
3.5 cm
3 cm

SEVENTH-DAY ADVENTIST CHURCH
General Conference World Headquarters

Communication Department
12501 Old Columbia Pike,
Silver Spring, Maryland
20904-6600 USA
Telephone: (301) 680-6300
Fax: (301) 680-6312
http://www.adventist.org

La première ligne d'une lettre devrait commencer ici, dans le même alignement que le bord gauche du symbole et la la première ligne de l'adresse de l'envoyeur.



1 *En-tête standard*

2 *En-tête avec logo secondaire*

Le format de l'en-tête est fait pour correspondre à une variété de dimensions de papier, y compris les dimensions classiques en usage en Europe, ou celles utilisées pour les correspondances administratives aux États-Unis. Les distances partant du haut, de la gauche et de la droite restent les mêmes, indépendamment de la grandeur de la page.

Le nombre des lignes de l'adresse du correspondant varie, et peut s'étendre vers le bas, mais la position de l'adresse du haut reste la même.

Logo secondaire

Quand un logo secondaire s'avère nécessaire, on peut le placer à l'intérieur de l'endroit délimité par les pointillés. Le logo secondaire, ne doit **pas dépasser de 60%** la grandeur du symbole. **L'impression d'un logo secondaire ne peut se faire qu'avec le GRIS CG**.



Directives pour la frappe

La marge de gauche doit se trouver dans l'alignement du bord gauche du symbole. La ligne supérieure de l'adresse de l'envoyeur sert de point de repère à la première ligne de la lettre.

Le choix du papier

Du fait qu'on peut l'obtenir partout, et de par l'image immaculée et professionnelle qu'il projette, le blanc est la seule couleur admise par l'Église Adventiste du 7ème jour en matière de papier. Evitez le crème, le beige, ou tout autre nuance.

Il n'est pas difficile d'obtenir le papier filigrané usuel. Contactez le Département de la Communication de la Conférence Générale.

Description des enveloppes

La signature (symbole et logotype)
Couleurs: Flamme=DORÉE CG, Bible=VERT CG, Logotype=GRIS CG
Grandeur: Hauteur totale = 2.5 cm

Identificateur d'appartenance familiale
Couleur: VERT CG
Oeil de caractère: Futura Condensed Bold Oblique
Grandeur: 8 points

Département
Couleur: GRIS CG
Caractère: Futura Condensed Bold
Grandeur: 8 points

Adresse
Couleur: GRIS CG
Caractère: Futura Condensed Light
Grandeur: 8 points

On devrait se référer aux indications de mesures suivantes pour positionner les éléments par rapport au coin supérieur gauches des enveloppes.



Enveloppes standard

Bien qu'il y ait une grande variété d'enveloppes au point de vue genre et grandeur, les indications de mesures ci-dessus doivent être utilisées pour positionner de manière précise la signature et l'adresse par rapport au coin supérieur gauche de la plupart des enveloppes administratives de grandeur standard.

Les logos secondaires ne doivent pas figurer sur les enveloppes.

0.5 cm 3.2 cm 0.5 cm 2.1 cm

Ray Dabrowski Communication Director

SEVENTH-DAY ADVENTIST CHURCH

General Conference
World Headquarters

Communication Department

12501 Old Columbia Pike,
Silver Spring, Maryland
20904-6600 USA

Telephone: (301) 680-6300
Fax: (301) 680-6312
http://www.adventist.org

0.4 cm 0.4 cm

❶

Marge minimale à partir du bas et du bord droit = 0,4 cm

Description spécifique des cartes de visite

Signature (symbole et logotype)
Couleurs: Flamme=DORÉE CG, Bible=VERT CG
Grandeur: Hauteur totale = 2,5 cm

Identificateur d'appartenence
Couleur: VERT CG
Caractère: Futura Condensed Bold Oblique
Grandeur: 7 points

Nom/Titre
Couleur: GRIS CG
Caractère: Nom: Futura Condensed Bold
Titre: Futura Condensed Light Oblique
Grandeur: 8 points

Département
Couleur: GRIS CG
Caractère: Futura Condensed Bold
Grandeur: 7 points

Adresse, téléphone, etc.
Couleur: GRIS CG
Caractère: Futura Condensed Light
Grandeur: 7 points

Règle verticale
Couleur: GRIS CG
Pression: 0,5 point

Logo secondaire
Couleur: GRIS CG
Grandeur: ne dépasse pas, en grandeur, de 60%, le symbole de l'Église Adventiste du 7ème jour

0.5 cm 3.2 cm 0.5 cm 2.1 cm

Individual Name Position or Title

SEVENTH-DAY ADVENTIST CHURCH

Family Identifier

Name of Department

Street address, City, State, Postal Code, Country
Mailing address, P.O.Box, City, State, Postal Code, Country
Telephone: (000) 000-0000 Fax: (000) 000-0000
Internet addresses or other information

0.4 cm 0.4 cm

❷

Marge minimale à partir du bas et du bord droit = 0,4 cm



❶ ***Carte de visite format standard***

❷ ***Carte de visite avec logo secondaire***

Les indications de mesures données ci-dessus s'appliquent au format standard aussi bien américain qu'européen concernant les cartes de visite.

Les informations sur les correspondants (adresse, téléphone, etc.) peuvent être arrangées en deux colonnes (voir échantillon No 1 ci-dessus), ou en une colonne (échantillon No 2). On doit faire preuve de fléxibilité concernant l'espace compris entre l'identificateur d'appartenance et le nom du département pour permettre les suppléments de lignes pour les adresses.

Logo secondaire

Quand un logo secondaire est nécessaire, il doit être positionné à l'intérieur de la surface délimitée par les pointillés. Le logo secondaire **ne doit pas dépasser de 60%** la grandeur du symbole. **Un logo supplémentaire ne doit s'imprimer qu'avec le GRIS CG**.



Le libellé des adresses

Aucune directive spécifique n'est requise concernant les libellés des adresses puisque les besoins de chacun changent d'un individu à l'autre. L'exemple donné ci-dessus est le format proposé. Le patron de ce motif se trouve dans le CD du paquet contenant les ressources sur ldentité.

L'image visuelle le plus souvent vue et connue par le public est l'enseigne extérieure des églises et des bureaux. Toute enseigne doit se conformer à la totalté des directives contenues dans ce manuel en vue de préserver l'intégrité du programme d'identification. Il est important de mettre sur pied un système de signalisation homogène qui projette une image positive et qui rehausse l'identification du nom à travers un usage consistant. Tandis que les conditions requises pour les enseignes ne sont pas imposées dans le présent manuel, les exemples ci-après constituent les motifs recommandés que chacun peut adapter à ses besoins.

Les enseignes

Les enseignes d'église

Ci-contre: un exemple de format simple de boutisse qu'on peut utiliser pour différentes structures d'enseignes.



Ci-contre: un exemple de structure plus élaborée, à l'allure d'un monument, pareille à l'enseigne corporative.



Enseigne corporative

Cet exemple est suggéré pour l'environnement corporatif, tel que pour le Sie`ge de la Division.



Enseigne architécturale

Les exemples sus-cités sont des formats d'enseignes, recommandés pour les églises locales, ou les bureaux corporatifs.

On doit reconnaître que beaucoup de situations particulières requièrent des solutions concertées. Chaque Division ou Union devrait définir, selon ses besoins, une stratégie commune concernant les enseignes.

Toute enseigne — indépendamment du format — doit se conformer aux spécificités d'identification générale indiquées dans le présent manuel.

Image corporative de la Conférence Générale et comité de création
Gerry D. Karst, *Président*
Rajmund Dobrowski, *Secrétaire*
T. Lynn Caldwell
Gary Patterson
Donald Robinson
Elaine Robinson

Création
Bryan Gray

Coordinateur de projet pour l'image corporative
T. Lynn Coldwell

Production "Un peuple d'espoir"

Département de la Communication à la Conférence Générale
12501 Old Columbia Pike
Silver Spring, Maryland USA 20904
Tél 301 680 6300
Fax 301 680 6312

Imprimé aux USA